

**Nombre de alumno: yazmin  
Alejandra Vázquez López**

**Nombre del profesor: Gerardo  
Garduño Ortega**

**Nombre del trabajo: Súper nota**

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia: Mercadotecnia**

**Grado: 5to<sup>o</sup> Cuatrimestre**

**Grupo: B''**

Comitán de Domínguez Chiapas a 16 de enero de 2022.

## Mercado:

Consumidores reales y potenciales de un producto y servicio

**Mercados potenciales:** personas que podrían comprar un producto

## Mercados

**reales:** personas que normalmente adquieren un producto

En el mercado los bienes y servicios son rentados o comprados por individuos para su uso personal

Determinan su población y conocen la composición del mercado nacional por ingreso

*Mercado del consumidor*

Las empresas tienen cambios y analizan el efecto sobre el comportamiento del consumidor



## Mercado del producto industrial

Está formado por individuos y organizaciones que adquieren productos, materias primas, y servicios para la producción de otros bienes



## Mercado del vendedor

Está conformado por individuos y organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios a otros



**Mercado de gobierno**

Está integrado por instituciones del sector público que adquiere bienes o servicios para realizar sus principales funciones



El objetivo más importante del mercado industrial es la obtención de utilidades

Estos mercados están formados por empresas manufactureras, productores agrícolas, industria de la construcción



## Mercado y segmentación de mercado

### Nicho de mercado

Grupo pequeño que se desprende de un segmento de mercado y que posee características homogéneas muy específicas



### Segmentación del mercado

Estrategias: Mercadotecnia indiferenciada y mercadotecnia diferenciada



Factores para organización con éxito, como los recursos con que cuentan sus necesidades internas

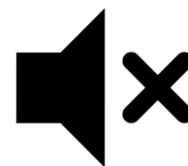
Establecimiento de relaciones favorables entre los países y el fácil intercambio de divisas

### Mercado internacional



## Criterios para segmentar un mercado

- \* Usuarios finales
- \* Necesidades de los usuarios
- \* Tasa de uso
- \* Sensibilidad a la mercadotecnia
- \* Ubicación geográfica



Se manifiestan en el consumo de su vida privada que no los hacen colectivos

### Generación del silencio

La mayoría de los integrantes de la generación silenciosa tienen más de 69 años - ambos ya se encuentran en tipos de jubilación



(mercado y segmentacion de mercados, 2022)

## **Bibliografía**

*mercado y segmentacion de mercados.* (2022). comitan de dominguez chiapas .